

# L'extensió de la figura de l'emprenedor en el marc de la Unió Europea: l'avanç d'un model d'activació emprenedora\*

*Antonio Santos Ortega*

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

juan.a.santos@uv.es

*David Muñoz-Rodríguez*

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

francisco.d.munoz@uv.es

ORCID: 0000-0001-5672-8533

Rebut: 07/02/2018

Acceptat: 23/07/2018

## RESUM

El present text s'aproxima al concepte d'activació a través de la idea de l'emprenedoria. Es tracta d'un dels eixos discursius centrals del neoliberalisme contemporani, que gaudeix d'una àmplia difusió i que s'ha plasmat en programes de l'estratègia UE-2020. La difusió de l'emprenedoria s'enclava en el context d'alguns dels grans canvis sociolaborals actuals: la progressiva empresarització del treball assalariat, amb l'avanç de la individualització i la dissolució de les fronteres del treball assalariat a causa de la proliferació de noves figures laborals basades en el treball per compte propi. El treball assalariat, sobretot l'altament qualificat, està vivint aquest procés de redefinició des de la lògica emprenedora, la qual genera noves pràctiques i nous arquetips que tenen un profund impacte en el món de l'ocupació. L'objectiu d'aquest article és, doncs, endinsar-nos en l'anàlisi dels processos d'activació laboral a través de la idea de l'emprenedor. Ens centrarem primer en el significat de la idea d'emprenedor i en el seu paper en la empresarització progressiva del concepte de treball. Posteriorment, emmarcarem aquesta idea en el context de l'Estratègia Europa 2020. Finalment, ens acostarem a alguns programes en el terreny de l'emprenedoria que deriven d'aquesta estratègia europea.

**Paraules clau:** emprenedoria, capital humà, precarietat, neoliberalisme, incertesa, canvis laborals.

**ABSTRACT.** *Advancing the Entrepreneur's Role in The European Union: The advance of an entrepreneurial activation model*

This paper approaches the concept of 'activation' by looking at the notion of what an entrepreneur is. At present, the entrepreneur is the poster-child of Neo-Liberalism and is enshrined in EU-2020 programmes. It should be noted that the diffusion of entrepreneurship is taking place against the background of two great changes in the social and employment fields. The first is the progressive corporatisation of wage labour, with a drive towards individualisation and taking responsibility — mainly in qualified jobs. The second is the blurring of boundaries in salaried work due to the proliferation of new kinds of self-employment. Salaried work, especially for highly-skilled staff, is being re-cast in an entrepreneurial mould. This redefinition is forging new practices and archetypes that will transform the world of work. This paper therefore makes a deeper analysis of labour activation processes in the EU-2020 strategy through the idea of the entrepreneur.

**Keywords:** entrepreneurship, human capital, precariousness, neo-liberalism, uncertainty, labour changes.

---

\* El present article es deriva del projecte «L'emprenedoria com a estratègia de lluita contra la desocupació juvenil: De la política institucional a la vivència i experiència dels subjectes» (CSO2017-82839-P), finançat pel Ministeri d'Economia, Indústria i Competitivitat.

## SUMARI

Introducció  
Aproximació al significat de la idea emprenedora: aspectes teòrics

Europa 2020 i la revolució emprenedora: les grans línies i documents de la política emprenedora en l'EU-2020  
Ressò emprenedor en diversos països de la UE  
Conclusions

**Autor per a correspondència / Corresponding author:** Antonio Santos. Universitat de València, Facultat de Ciències Socials. Av. dels Tarongers, 4b. 46021, València (Espanya).

**Citació suggerida / Suggested citation:** Santos, A. i Muñoz, D. (2019). L'extensió de la figura de l'emprenedor en el marc de la Unió Europea: l'avanç d'un model d'activació emprenedora. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 15-26. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.2>

## INTRODUCCIÓ

La irrupció de la figura de l'emprenedor en l'àmbit dels processos socials i econòmics ha aconseguit una difusió inèdita en el marc de la crisi *subprime*. Limitat habitualment al terreny purament econòmic o empresarial, en els últims anys ha irradiat el camp de les polítiques socials i laborals. Revestit de glamur, omnipresent en els mitjans de comunicació i en el discurs dels polítics, inclosos els d'una esquerra fresca i actual, ha començat a infiltrar-se, fins i tot, en àmbits de la vida íntima, de la consciència. La naturalització de la imatge de l'emprenedor avança a passos de gegant. La televisió està copada per personatges que enarboren l'energia emprenedora en estat pur: cuiners emprenedors, músics, ballarins, joves talents emprenedors dins del camp de la tecnologia o d'altres arts, polítics emprenedors —que es lleven la paraula per a recalcar el seu missatge emprenedor—, presentadors de marca personal que eixamplen el mite emprenedor. També hi apareixen empresaris emprenedors, però el més cridaner d'aquests últims anys, al compàs de la crisi *subprime*, és la normalització del *pack* emprenedor i la seua interiorització en esferes íntimes de la vida dels subjectes. Es parla, així, d'esperit emprenedor. Aquestes esferes tan íntimes i espirituals s'allunyen d'allò més terrenal i material que es troba en l'origen empresarial del terme *emprenedor*. Sorprenen algunes associacions de vocables, com ara *esperit* i *empresa*, que no compartien camp semàntic fins fa poc. En aquestes barreges semàntiques, la idea d'emprenedor, amb més pes específic, s'acaba apropiant del sentit de

la paraula que l'acompanya; i diem *esperit* a la manera de les espècies oportunistes que arriben a un hàbitat en el qual no estaven presents i en substitueixen les originàries.

Però si el concepte d'emprenedor satura el llenguatge i els símbols, en el camp de les polítiques socials es materialitza amb tot el seu pragmatisme i pren la forma de mesures d'acció social que s'han desenvolupat aquests últims anys en el marc de les polítiques actives d'ocupació. D'alguna manera, la idea d'emprenedor representa, per antonomàsia, la idea d'activació: un subjecte que emprén una idea de negoci, en la representació més estesa, la desenvolupa i n'obté resultats reeixits. Així, el present text s'acosta al concepte d'activació laboral a través d'aquesta idea d'emprenedor, molt apreciada en la condició neoliberal actual, que entronca i es materialitza, entre d'altres, en programes de la Unió Europea, com l'Estratègia Europa 2020, i que es difon ja en el marc normatiu de molts països de la Unió.

Al llarg d'aquestes dues últimes dècades, sobretot d'aquest últim decenni, s'ha anat reforçant la idea d'emprenedoria, que gradualment ha anat desplaçant altres formes d'anomenar la realitat fins a fer-les desaparèixer o fer que s'ajusten a la ja hegemònica nova varietat emprenedora. Avui, el que es fa difícil és no trobar aquesta figura en l'esmentat marc normatiu. Totes les disposicions que es produeixen estan subordinades a la lògica de l'emprenedor. Fa dues dècades

la figura de l'emprenedor es va introduir en la UE en un marc que la precedia; ara aquesta figura és el marc. En l'estratègia Europa 2020, que cerca una economia intel·ligent i integradora, la idea de l'emprenedoria és ja transversal.

Respondre amb detall a la pregunta de com les institucions internacionals donen suport, transmeten i concreten una determinada idea en programes d'actuació, en aquest cas la de l'emprenedor, requeriria una llarga i complexa argumentació. Però partim de la idea que tant les institucions internacionals d'àmbit econòmic (Bruno i Didier, 2013; Bourdieu, 1999; Hibou, 2012) com les associacions i els *lobbies* empresarials (Dixon, 1998; Stauber i Rampton, 2004), les institucions educatives, formatives (Slaughter i Larry, 1997; Alonso i Fernández, 2013; 2018; Fernández, 2017) o les corporacions professionals, consultories i experts (Berrebi-Hoffmann i Grémion, 2009; Vrancken i Macquet, 2012) exerceixen un pilotatge, directe o a distància, a partir del qual s'hi implanten o irradien els valors i les pràctiques de l'emprenedoria, que els subjectes socialitzats incorporen mitjançant processos de subjectivació (Serrano, 2016). La UE és una institució pública transnacional que, influïda per la lògica de la condició neoliberal, engega i realitza eleccions, planteja estratègies sincronitzades de cara a difondre, reforçar i fer possible, en la pràctica, la figura de l'emprenedor i l'emprenedoria, el model de la qual representa un factor estratègic per a les actuals empreses financiaritzades. Aquest paradigma de l'emprenedoria s'ha convertit en la icona de la desregulació en termes d'afinitat simbòlica i material amb aquest tipus d'empreses. És el facilitador del tipus de comportament i ensinistrament laboral més adient per a moure'n les idees i el capital.

Prestarem una atenció especial al període que s'obri després de la crisi de 2007, ja que ha sigut un moment convuls en el qual s'han intensificat les lluites ideològiques al voltant de les polítiques de protecció social. Les visions liberals partidàries de l'austeritat en aquest terreny s'han oposat a visions alternatives, la qual cosa s'ha materialitzat en programes concrets d'acció social i de política econòmica. Aquesta con-

frontació que ha tingut lloc en la UE s'ha resolt, de moment, amb l'avantatge de les posicions proausteritat. En tot cas, la crisi està resultant un període de reformulacions. Owen Jones (2014) ha nomenat «neoliberalisme 2.0» a aquesta mena de refundació del capitalisme neoliberal, que tot i viure moments d'incertesa en l'etapa inicial de la crisi, va ressorgir de les cendres l'any 2010 i va recompondre'n l'estructura amb una nova empenta cap a l'essència de l'empresa i els mercats lliures (sobretot dels mercats financers lliures). Aquest ús de la crisi per a reprendre impuls ja el va preconitzar, precisament, Milton Friedman (citat en Jones, 2014), qui expressava que només una crisi (real o percebuda) genera autèntics canvis i que quan se'n produeix una, allò impossible des d'un punt de vista polític passa a ser políticament inevitable. La nostra hipòtesi de partida és que avui l'agenda emprenedora s'ha convertit en «allò inevitable» i desplega una forta hegemonia.

Cal assenyalar que la difusió de l'emprenedoria s'emmarca en el context dels grans canvis sociolaborals actuals. En primer lloc, en el marc de la progressiva empresarització del treball assalariat en si mateix, amb un avanç de la individualització i la responsabilització, sobretot en treballs qualificats; en segon lloc, en la dissolució de les fronteres del treball assalariat a causa de la proliferació de noves figures laborals basades en el treball per compte propi. El treball assalariat, sobretot l'altament qualificat, està vivint aquest procés de reconceptualització des de la lògica emprenedora. Aquesta redefinició genera noves pràctiques i arquetips que impliquen un profund impacte en el món del treball.

En el primer apartat (I) ens endinsarem en el significat de la idea d'emprenedor i el paper que juga en la progressiva empresarització del concepte de treball. Posteriorment, dedicarem el següent apartat (II) a emmarcar aquesta idea en el context de l'Estratègia Europea 2020, on analitzarem el principal document dedicat a l'emprenedoria: *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe* (EAP). En l'últim apartat (III) ens acostarem a alguns programes i realitzacions concretes en el terreny de

l'emprenedoria que provenen de la UE-2020. Finalment, tancarem el text amb un capítol de conclusions.

### APROXIMACIÓ AL SIGNIFICAT DE LA IDEA D'EMPRENEDORIA: ASPECTES TEÒRICS

Respecte de la idea de l'emprenedor, d'activació empenedora, caldria anar fins als inicis del capitalisme industrial per a rastrejar el paper de l'empresari en els precedents de l'economia política clàssica i els possibles reflexos en l'actualitat. Christian Laval (2015) ha analitzat com Cantillon o Say ja posaven en primera pla la figura de l'empresari com a model per a la vida de tothom; sobretot, en la seua opinió, dues de les seues dimensions més característiques: la dimensió heroica, d'empresa arriscada, i la dimensió de càlcul i racionalitat. Però més enllà de l'interés d'aquestes petjades en els orígens de l'empresari liberal, per tal de descriure l'ascens actual de l'emprenedor en el marc de la *condició neoliberal*, ens interessa detenir-nos en moments més recents (Feher, 2007; Foucault, 2007, Bröckling, 2015). En concret, en la formulació de la idea de *capital humà* per part d'alguns autors de l'Escola de Chicago. Aquests autors, fonamentalment Gary Becker, que va encunyar-ne el concepte, estableixen, en la dècada de 1960, la idea que tothom disposa d'un capital i s'esforça per rendibilitzar-lo. En tots els camps de la nostra existència, fem eleccions en termes de costos i beneficis, tant per guanyar diners com per millorar altres aspectes de la vida familiar i personal. Tots aquests comportaments formen part d'una mateixa funció d'utilitat que, finalment, és la de maximitzar la renda personal. Fins i tot en les decisions més transcendents, tot té un preu i és l'individu regit per aquesta funció d'utilitat qui decideix. Becker exposa aquest plantejament en el marc del neoliberalisme americà, que accentua el paper de l'individu en la presa de decisions i en el comportament econòmic. Cadascú ha de vetlar pel seu capital, ha de prendre les seues decisions, ha de protegir-se. No calen, per tant, aparells estatals ni regulacions perquè la societat funcione; n'hi ha prou que els individus s'esforcen, calculen les seues conductes i les seues estratègies de costos i oportunitats. En definitiva, han de compor-

tar-se com a empresaris, perquè és la millor manera de maximitzar temps i renda. La vida és un capital al qual cal traure el màxim partit. És l'«empresari de si mateix» que va analitzar Foucault (2007) i que ha tingut molta difusió en la literatura sociològica actual.

Seguint Michel Feher (2007), aquesta reformulació de Becker pertany encara a la matriu del liberalisme clàssic, que entén el capital humà com la maximització dels beneficis futurs, tal com també era entés el model d'empresari al llarg de la industrialització. No obstant això, a mitjan decenni de 1980 es produeix una novetat en la idea de capital humà que porta a un desenvolupament més concret que el que havia mantingut Becker. En el marc de la interpretació del sorgiment de la «condició neoliberal», que Feher considera que comporta una redefinició del món de l'empresa i del treball guiada per la financiarització, també es transforma la noció de capital humà. Més enllà d'un empresari de si mateix maximitzador de rendes futures, el capital humà en el context de la financiarització convida l'individu a concebre's com el gestor d'una cartera de conductes sobre les quals pren decisions, que posaran en valor o no l'individu en qüestió, guiades per la lògica de mostrar-se més atractiu, acreditat de cara a les empreses. La diferència que introdueix aquest empresari de si mateix financiaritzat és que cada vegada menys les seues decisions són guiades pel criteri d'obtenir rendes futures, que, d'altra banda, estan subjectes, cada vegada més, a processos d'incertesa. En el capital humà financiaritzat no n'hi ha prou d'adaptar de forma passiva el propi capital humà a les demandes de les empreses financiaritzades. Cal anticipar-s'hi, cal acreditar-se davant del mercat. Un mercat carregat d'incertesa en el qual no se sap quins seran els valors més profitosos. Tampoc ho saben les empreses. Per tant, cal esforçar-se per obtenir atractius; l'acreditació d'un mateix (a la manera de les agències d'acreditació) passa, almenys, per resultar creïble. En aquesta nova lògica financiaritzada del capital humà, no solament cal estar molt capacitats, sinó també preparats per al que encara no hi és.

Christian Laval ha descrit aquestes conductes com «ultrasubjectivització», és a dir, «interiorització de

la superació infinita de si en la cerca permanent i esgotadora d'un més enllà de si [...]. Amb aquesta reedició o progressió del capital humà el subjecte s'entén com una rèplica humana del capital: liquiditat, volatilitat, mutabilitat» (Laval, 2015: 29). La penúltima moda del desenvolupament personal, el *job crafting*, desvetla aquest paper del treballador com a inversor en si mateix, que ha d'*invertir* en el seu propi futur, saber reinventar-se, recombinar-se, reorientar el seu propi treball i traçar-hi, a sobre, un pla d'inversió.

Comportar-se com un emprenedor és la millor manera de llançar missatges sobre l'atractiu del capital humà propi en un període sense camins trillats. Steve Banks, professor de la Universitat de Stanford i pare del moviment Lean Startup, ressalta que n'hi ha molta teoria perquè les empreses ja creades funcionen, però quan les *start-up* són només una idea, no hi ha coneixement acumulat i s'imposen com a garantia d'èxit «la intuïció i l'art», que caldrà acompanyar posteriorment d'instruments de gestió (*El País*, 2014). Així, definit com a heroi visionari, artista i calculador, es presenta l'emprenedor del futur, que no ha de distar molt del treballador del futur. En el seu *best-seller*, *Prepara't: el futur del treball ja està ací*, la guru de les tendències laborals Lynda Gratton (2012) pronostica com a tendència fonamental per al món del treball un futur de microemprenedors que han de preparar-se sense descuidar el *networking* i la intel·ligència emocional.

Aquest ascetisme del rendiment físic, sentimental i empresarial és el que reclama el discurs dirigit a fer atractiu el capital humà, però caldria discutir amb detall la distància entre els discursos i els fets, la distància entre la retòrica de l'emprenedoria i l'aplicació real al món empresarial. Encara que aquest seria un objectiu massa ampli per a aquest article, sí que convé analitzar algunes contradiccions que es plantegen entre la reclamada ascési del jo davant de la realitat constatada de la precarietat en l'entorn del treball cognitiu sotmés a la lògica emprenedora. La ideologia del capital humà financiaritzat és un desestabilitzador del temps a curt, mitjà i llarg termini (Moruno, 2015). És un generador d'incertesa i de desigualtat: responsabilitza els individus de gestionar-se els riscos com

un fons de capital de risc i mistifica una presumpta igualtat d'oportunitats, que amaga les condicions socials reals en les quals es desenvolupen el capital humà i l'emprenedoria. A més, manté milions de joves universitaris en el que podríem anomenar el parany del capital humà o el parany de l'emprenedor: compleixen els mandats que els envia el capital humà de comportar-se com a empresa, però amb prou feines hi ha la certesa de poder arribar a ser-ho i poques són les persones escollides que finalment aconseguen les recompenses promeses. El fons de capital de risc de Marc Andreessen, creador del primer navegador Mosaic i de Netscape, considerat una de les 100 persones més innovadores del món per la MIT Technology Review i qualificat ampul·losament com «l'home que va veure el futur», analitza tres mil projectes d'inversió anualment, inverteix en quinze. Deu fracassaran en un termini breu, tres o quatre es mantindran i, si hi ha molta sort, un podria convertir-se en un unicorn: només que això ocorreguera una vegada cada deu anys es multiplicaria per mil la inversió del seu fons de capital de risc. Hi ha 803 fons d'aquest tipus als Estats Units i el 2014 van invertir 48.000 milions de dòlars perseguint el somni de l'unicorn (Friend, 2015). És un somni similar al que persegueixen milers de postgraduats, als quals se'ls esperona a participar en el capital humà emprenedor.

---

#### EUROPA 2020 I LA REVOLUCIÓ EMPRENEDORA: LES GRANS LÍNIES I DOCUMENTS DE LA POLÍTICA EMPRENEDORA EN LA UE-2020

Com es concreta en els programes de la UE-2020 aquesta revolució emprenedora que estem descrivint? El document fonamental que assenta la idea d'emprenedoria en UE-2020 es titula *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe* (EAP), que és on es marquen les grans línies que articularan el foment de l'emprenedoria. Encara que aquest document dona continuïtat a la *Small Business Act*, ideada per a les pimes en 2008, el tractament monogràfic de la figura de l'emprenedor resulta innovador i, alhora, simptomàtic de les orientacions de la UE. En l'EAP ressonen els discursos d'èpica

empresarial que han caracteritzat les propostes de suport a la figura de l'emprenedor dels grans centres de negocis, escoles d'administració d'empreses i associacions empresarials com a solució a la crisi en aquests últims anys. Les declaracions dels responsables de la UE, com per exemple les del Comissari d'Indústria i Emprenedoria de la UE entre 2010-2014, Antonio Tajani, en el comunicat de premsa de la presentació de la iniciativa, són molt eloqüents: «Més emprenedors significa més ocupació, més innovació i més competitivitat. Convertir-se en emprenedor i convertir els projectes en realitat requereix molt de risc personal i esforç. Els emprenedors són els herois del nostre temps [...]. Suscitar una revolució empresarial és una tasca conjunta de la Comissió i dels estats membres, amb la qual s'han de comprometre a llarg termini»<sup>1</sup>. La simetria d'aquestes expressions amb el discurs de l'heroi-emprenedor de les associacions empresarials s'assembla a la perfecció<sup>2</sup>.

En la mateixa sintonia es troba la justificació de l'EAP, que la considera una necessitat prioritària per a eixir de la crisi de 2007 i dels revessos posteriors en l'ocupació. En l'obertura del document s'argumenta que la via emprenedora és l'eixida de la crisi; fins i tot se suggereix que la feblesa de la cultura emprenedora és la responsable d'aquesta crisi, ja que l'emprenedoria és garantia de creació d'ocupació i, alhora, de millor ocupabilitat per als treballadors. De fet, per a resoldre aquestes mancances, el primer pilar que l'EAP proposa és l'educació i la formació en matèria d'emprenedoria, per al qual es desplega tot un pla de xoc amb aliances amb institucions internacionals, com l'OCDE, pionera en la difusió de la idea d'emprenedoria a les escoles. Es pretén que aquesta difusió abaste tots els nivells

educatius i configure un *ecosistema* (terme d'ús freqüent en el document i en l'argot emprenedor) que connecte el món universitari amb el món de l'empresa, que vaja des del *teacherpreneur* en la primària (Arruti, 2016) fins a l'emprenedor universitari. En l'EAP s'obri la possibilitat d'integrar el finançament d'aquests projectes de formació dins del Fons Social Europeu, diferenciats del *Lifelong Learning Programme* (LLP), amb el qual s'incrementen les oportunitats i l'omnipresència de l'educació emprenedora.

El segon gran pilar de l'EAP és la creació d'un entorn facilitador per als emprenedors, format per un lot d'iniciatives que responen a les demandes clàssiques i reiterades de les organitzacions empresarials: finançament, fiscalitat, noves tecnologies, facilitats burocràtiques per a la creació i venda d'empreses, així com mesures de segona oportunitat per a emprendre. Quant al finançament, a més d'activar els fons propis de la UE, es pretén crear un mercat europeu de microfinançament i simplificar els procediments per a les petites empreses per tal d'obtenir fons del sector privat (miniobligacions, formes de finançament col·lectiu i facilitat d'accés a *business angels*). Respecte de les noves tecnologies, l'objectiu és ampliar la formació, la difusió i la sensibilització en l'ús de les noves tecnologies i, sobretot, en el desenvolupament de la ciberemprenedoria. Així mateix, la reducció de la burocràcia i de la càrrega normativa sembla estar entre les prioritats de l'EAP: la finestra única, la simplificació de tràmits i altres desregulacions han obert una carrera que persegueix reduir el cost i el temps de creació d'una empresa. Finalment, davant de l'elevat percentatge d'empreses fallides i perquè no decaiga l'esperit emprenedor dels *serial entrepreneurs*, l'EAP ha inclòs la segona oportunitat per a assegurar el talent dels soferts emprenedors.

El tercer pilar de l'EAP persegueix dos objectius: el primer és estendre'n l'acció a col·lectius exclosos o infrarepresentats en el món emprenedor, l'anomenat *inclusive entrepreneurship*, sobre el qual l'OCDE té experiència acumulada i ara es plasma en l'EAP. Aquesta emprenedoria inclusiva comprén el conjunt dels grups desfavorits «convencionals»: les dones, els majors, els

1 Declaracions consultades en [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-13-12\\_es.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-12_es.htm).

2 Vegeu, per exemple, els informes del Cercle d'empresaris (2009): «L'esperit emprenedor: Element essencial per a afrontar la crisi econòmica espanyola». En la mateixa línia, es poden consultar les declaracions del degà de l'IE Business School, Santiago Iñiguez de Onzoño: «Els emprenedors seran els herois de la pròxima generació» (*El País*, 4/1/2015). Finalment, per citar-ne una última referència, es pot consultar la plataforma internacional de *networking* empresarial The Heroes Club, mentors de l'esperit emprenedor.

immigrants, els aturats i els joves. Per a tots ells s'hi articulen plans dirigits a afavorir la diagnosi per a engregar una empresa, la formació en plans d'empresa, l'educació emprenedora i la direcció d'empreses, així com l'accés a les finances i els sistemes de documentació i la difusió de bones pràctiques. El segon objectiu d'aquest tercer pilar és promoure i visibilitzar la figura de l'emprenedor, ja que l'EAP assenyala, de manera un poc sorprenent, que és una figura desacreditada, insuficientment coneguda, de la qual falten models i no valorada com una professió desitjable. Es preconitza una estratègia de comunicació positiva: crear un «dia de l'emprenedoria a la UE», nomenar emprenedors famosos de cada país «ambaixadors nacionals de l'emprenedoria» i, en general, intensificar les activitats de promoció de l'emprenedoria, de bona imatge i *business friendly*. Els redactors de l'EAP conclouen el document amb tota una apologia del món emprenedor: «Per això, un ampli debat públic, especialment en els mitjans, és essencial per a una revolució empresarial. Les institucions públiques i privades han de posar èmfasi en la importància social i econòmica de l'emprenedoria, no solament com una verdadera carrera, sinó també com un assumpte de gran interès nacional, europeu i internacional».

Resulta sorprenent que, tot i l'omnipresència de la figura de l'emprenedor en tots els mitjans de comunicació, els redactors de l'EAP insistisquen en aquest to apologetic envers la figura de l'emprenedor al llarg de tot el text i subratllen, precisament, el desconeixement de les beneficioses aportacions per a la societat. Des de l'inici de la crisi de 2007, l'entorn empresarial dels països de l'OCDE va reforçar la propaganda sobre la figura de l'empresari i de l'empresa. Es va deslligar un nou episodi del que Tomas Frank (2000, 2013) ha denominat populisme de mercat». Aquesta estratègia consisteix a glorificar, des de mitjans empresarials i en harmonia amb els partits polítics més afins, l'empresa i la figura de l'emprenedor per legitimar el model capitalista i, en concret, les seues institucions empresarials essencials. Aquesta és una estratègia ja repetida anteriorment i que, segons Frank, s'intensifica en períodes de crisi econòmica, quan es posa en qüestió la responsabilitat i la reputació de les empreses. El brot

de populisme de mercat viscut a partir de la crisi de 2007 es va concretar en una saturació de la figura de l'emprenedor en els mitjans de comunicació, en la construcció d'un relat on es presentava l'emprenedor com el salvador de l'economia, en la culpabilització de la crisi a altres instàncies, en el reforç del *lobby* empresarial i en la demanda de normativa i fons estatals orientats als interessos emprenedors. La figura de l'emprenedor s'ha presentat envoltada per un halo de progrés i innovació. L'emprenedor s'ha exhibit com un ciutadà compromés i amant de la llibertat, sobretot de la llibertat de mercat. Si atenem a la profusió de notícies i altres múltiples iniciatives (fires, llançadores d'empreses, revistes, programes televisius, beques, pràctiques, concursos, premis i convocatòries d'ajuda, entre d'altres), es podria constatar que la «revolució emprenedora» ja ha tingut lloc.

La UE s'ha obert a aquestes influències amb una proliferació de programes favorables a l'emprenedoria en el context de l'estratègia UE-2020. No és que amb anterioritat a la crisi de 2007 no hi haguera inclinacions *business friendly*, però a partir de llavors l'atmosfera emprenedora ha estat més orquestrada i articulada, com es dedueix de l'estructura de l'EAP. L'espai d'aquest text no és prou extens com per tractar amb detall tots els programes de la UE relacionats o les reaccions i la implantació de la idea de l'emprenedoria en països europeus. No obstant això, en l'apartat següent descriurem, breument, alguns casos de països europeus que han desenvolupat legislació nacional recent sobre emprenedoria en el context de l'estratègia UE-2020.

## RESSÒ EMPRENEDOR EN DIVERSOS PAÏSOS DE LA UE

L'esperit emprenedor dels programes de la UE que hem descrit en l'apartat anterior no es reflecteix només en els programes propis sinó també en les normatives de cada país. En aquests anys han sigut nombroses les legislacions proemprenedores, la qual cosa permet començar a valorar-ne els efectes laborals. Tractarem breument els exemples de França, Portugal i Espanya. No es tracta ací de fer una anàlisi comparativa de les

dades, ni tampoc d'analitzar de manera exhaustiva cadascun dels casos que presentem. Simplement volem oferir suficient informació per a copsar les coincidències d'aquestes mesures emprenedores en diversos països europeus.

En el cas francès, es va desenvolupar molt prompte una legislació «de crisi» per al foment de l'emprenedoria. Es tracta del *statut d'auto-entrepreneur*, aprovat en 2009 i amb una expansió considerable des de llavors. En el preàmbul de la llei s'hi lloava la capacitat per a crear ocupació de qualitat, innovadora i generadora d'autonomia, per a ajudar als emprenedors. No obstant això, amb la perspectiva que dona el temps, des de la seua aplicació se n'ha anat desvetllant tot el potencial per expandir la precarietat laboral. Els efectes negatius reals que comporta aquesta llei han sigut descrits per Pereira (2010), Stevens (2012) o Abdelnour (2017): els ingressos dels joves autoemprenedors són molt baixos; els empresaris aprofiten per externalitzar processos, es desfan de mà d'obra i la substitueixen pels serveis d'un autoemprenedor, que, a més, es fa càrrec de les seues pròpies cotitzacions socials, la qual cosa suposa més estalvi per a l'empresari; tampoc existeixen costos d'acomiadament ni cap procediment administratiu després del cessament del servei. Socialment i laboralment, els autoemprenedors paguen car el fet de ser els seus propis caps: no tenen dret a subsidis de desocupació, es mouen en un espai pseudoempresarial en el qual els sindicats no poden prestar-los ajuda i s'hi troben aïllats.

Gràcies a l'alquímia del *statut d'auto-entrepreneur* (que converteix els possibles assalariats en subcontractistes barats), aproximadament un milió d'assalariats potencials s'han convertit en autoemprenedors. La interpretació dels especialistes sobre aquest augment de l'estatut de l'autoemprenedor és que fonamentalment serveix de refugi per a la desocupació i permet accedir a l'ocupació, encara que siga assumint la precarietat que comporta. S'aconsegueixen ingressos, però l'autoemprenedor perd drets, seguretat i protecció social. A això cal afegir l'autoexplotació i l'espiral de salaris a la baixa causada per la competició desenfrenada entre autoemprenedors per

oferir serveis a costos competitiu i, així, atraure les empreses més grans.

«Portugal Discovers its Spirit of Entrepreneurial Adventure», així titulava la revista Forbes un reportatge publicat l'agost de 2015. La coneguda revista descrivia la sorprenent rapidesa amb què ha arrelat la cultura emprenedora a Portugal. Iniciatives privades i públiques es multipliquen i donen peu a nombrosos projectes, com el *Lisbon Challenge*, que va ser reconegut com un dels cinc «acceleradors» de *start-up* més actius d'Europa (Coleman, 2015). Però aquesta inclinació cap a l'emprenedoria no és nova a Portugal: ja des dels primers anys vuitanta l'Instituto de Emprego e Formação Profissional, el servei públic nacional d'ocupació, té un llarg historial de programes orientats a l'eixida de la desocupació per la via de l'emprenedoria. Al llarg dels anys, aquests programes han deixat darrere de si una important quantitat de treballadors portuguesos enquadrats en el *trabalho independente*: segons les dades de l'Instituto Nacional de Estatística, els treballadors independents representen prop del 22% del total de la població activa portuguesa. Aquests treballadors independents són coneguts a Portugal popularment com «recibos verdes», en referència al color del talonari de factures que han d'emplenar per donar-ne compte de l'activitat professional. Els *rebutos verds* han sigut considerats per diferents autors (Soeiro, 2014; Matos, Domingos i Kumar, 2012) com el principal mecanisme de precarització del mercat laboral a Portugal. Aquest mecanisme es basa, entre d'altres, en l'extensió de la pràctica coneguda com a «falsos rebuts verds», que consisteix a substituir treballadors assalariats per treballadors independents, que facturem únicament per a una empresa. Aquesta pràctica ha provocat una forta contestació social, encapçalada per moviments com *Geração à Rasca*, *Precários Inflexíveis* i *Fartas/os d'Estes Recibos Verdes*.

En aquest context, el govern portugués va aprovar el mes de desembre de 2011 el Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação (PEEI). Aquest programa s'enquadra en l'estratègia UE-2020 i els seus objectius principals són la creació d'una «societat més emprenedora», incrementar el nombre d'empreses in-



novadores, situar Portugal en les xarxes internacionals d'emprenedoria i innovació i, finalment, augmentar les inversions estrangeres en el país lusità. Mitjançant accions com el Passaporte para o Empreendedorismo, la Rede Nacional de Mentores i el Programa de Ignição, el PEEI intenta estimular l'emprenedoria i ampliar les «competències emprenedores» dels portuguesos. És significatiu que el màxim òrgan de coordinació d'aquest pla estiga format pel primer ministre i per una comissió formada per reconeguts empresaris vinculats a fons de capital de risc, viviers d'empreses i altres iniciatives relacionades amb l'ecosistema emprenedor. Mitjançant el PEEI, a més de complir l'UE-2020, es pot intuir que el govern de Portugal ha intentat aprofundir en la penetració de la nova doctrina de l'activació i l'emprenedoria. Malgrat la forta contestació que han tingut els *rebuts verds* (que va provocar una iniciativa legislativa popular que es va debatre l'any 2016 en el parlament portugués) (Soeiro 2014; Estanque, Costa i Soeiro, 2013), el govern portugués ha introduït plenament Portugal en la lògica emprenedora, però sense tenir en compte l'escàs èxit de l'emprenedoria en la reducció de la precarietat que arrossega el país, que en bona mesura és fruit d'aquesta mateixa lògica que l'executiu lusità s'obstina a practicar.

El cas espanyol guarda semblances amb el francès. En 2013 es van presentar l'Estratègia d'Emprenedoria i Ocupació Juvenil 2013/2016 (EEOJ) i la Llei de suport als emprenedors i la seua internacionalització (LE). Tots dos textos han sigut produïts en el context de l'actual crisi econòmica i impulsats per l'auge simbòlic de la figura de l'emprenedor. Tant l'EEOJ com la LE fan referència, en l'exposició de motius, a la situació alarmant de l'atur a Espanya. Crida l'atenció la naturalitat amb què plantegen la solució emprenedora, la normalització del fet de «crear-se el seu lloc de treball» com l'única eixida a l'atur. Tots dos textos comparteixen la idea (preconcebuda) que a través del foment de l'emprenedoria s'avançarà en la creació d'ocupació. No obstant això, aquesta relació, aparentment automàtica, no es confirma en les anàlisis de context que acompanyen tots dos textos: més aviat, al contrari, s'hi assenyalen

les dificultats relacionades amb l'ocupació que s'estan produint en el món de les petites empreses i dels autònoms (dificultats en la concessió de crèdits, mortalitat empresarial, poca capacitat de generar ocupació, acomiadaments, dificultats burocràtiques, entre d'altres).

Les principals mesures que l'EEOJ dedica a la promoció de l'emprenedor són, en primer lloc, l'anomenada «tarifa plana per a autònoms», consistent en bonificacions durant el primer any per als joves que es donen d'alta en el Règim Especial de Treballadors Autònoms. En segon lloc, es compatibilitza la prestació per desocupació amb l'inici d'una activitat per compte propi i s'amplien les possibilitats de capitalitzar la prestació per desocupació quan es destine a participar en una societat mercantil. En tercer lloc, es proposa el programa denominat Emprén amb Xarxa, que permet que l'emprenedor que fracassa retorne al cobrament de les prestacions de desocupació. Hi ha també mesures destinades a l'assessorament i, finalment, es crea un tipus de contracte, Contracte Generacions que bonifica els emprenedors que contracten un aturat major de 45 anys.

Aquestes mesures han despertat ja algunes crítiques, com són les referides a la «tarifa plana», clarament insuficient per als objectius d'iniciar, amb garanties, una activitat emprenedora. Amb aquesta mesura es transmet la idea que qualsevol persona pot llançar-se a ser emprenedora, però després no es donen les condicions reals perquè siga així. Respecte de les altres mesures (compatibilitzar el cobrament de la prestació per desocupació amb el desenvolupament d'una activitat emprenedora i «Emprén amb Xarxa»), tornen a transmetre un missatge desesperat als aturats per tal que es creen el seu lloc de treball. La primera afavoreix, fins i tot, l'aparició d'un enrevessat estatus en el qual es pot ser alhora aturat que cobra la seua prestació i emprenedor. La segona permet tornar a cobrar la prestació per desocupació, si es fracassa en l'activitat empresarial. En un reconeixement implícit de les seues limitacions, l'EEOJ demostra amb aquesta mesura la seua falta de confiança en el procés d'emprendre i perfila una depriment carrera farcida de

fracassos i frustracions: es fracassa com a empleat i es cau en l'atur, es fracassa de nou com a emprenedor, però sempre queda tornar a la condició d'aturat.

A la vista dels arguments anteriors, el model d'emprenedor que dibuixa l'EEOJ dista bastant del perfil creatiu i innovador que sol acompanyar la presentació pública de la figura de l'emprenedor. L'EEOJ acaba projectant una imatge no tan lluenta com pretenen els seus enunciat: hi apareixen paraules clau del món emprenedor, però es perfila la figura de l'emprenedor per necessitat, un emprenedor per la força, destinat a cobrir activitats de poca qualificació. No ens trobem davant de l'arquetip d'emprenedor creatiu sinó més aviat davant *lumpenemprenedors*, que cobreixen activitats de menor valor afegit. Els falsos autònoms són un clar precedent d'aquestes dinàmiques de precarització des de fa dues dècades, però en les noves versions autoempresarials es fa un pas endavant qualificant de manera ampul·losa el fet autònom com a «empresarial».

## CONCLUSIONS

Arribats al final d'aquest article, podem destacar tres idees com a conclusió provisional. La primera és que la figura de l'emprenedor estén avui la seua influència amb una rapidesa aclaparadora. Aquest terme amb múltiples usos s'associa ja amb la denominació d'un actor econòmic del món institucional de l'empresa, amb una forma d'adjectivar el treball, amb una política d'ocupació activadora, amb una aptitud davant del coneixement i la tècnica i, fins i tot, amb una actitud davant de la vida. La figura de l'emprenedor no es presenta com una mera figura econòmica sinó com una forma de vida que ens encamina cap a una societat empresarial on allò jurídic o polític, font de drets i deures, és desplaçat per la gestió individual de la vida com si fora una empresa. El que envolta l'emprenedor és presentat amb un llenguatge captivador, on es reserven per a *l'homo-emprenedor* qualitats com la passió, la visió o l'esperit. La idea que cadascú s'ha de crear el seu lloc de treball s'ha popularitzat i promet compartir

totes les virtuts anteriors amb qui seguisca la senda emprenedora. Aquest és el llenguatge predilecte de les publicacions empresarials que habita també en els documents de la UE-2020 que hem analitzat.

La segona idea és que la UE difon i recolza aquest esperit emprenedor i hi dona cabuda en els seus programes. En aquest article, hem vist amb detall el document *Entrepreneurship 2020 Action Plan* (EAP) i les accions que conté. A través d'aquesta estratègia s'aferma la construcció d'un mercat ordenat, poblat per actors empresarials autoritzats i ajustats a la norma, i es projecta una política marc favorable a l'empresa i a la lliure competència. Les institucions públiques s'obrin, així, a la competitivitat i l'estableixen com la base de l'ordre polític. El més rellevant d'aquest procés, com han argumentat Dardot i Laval (2016), és la forma com es construeixen aquestes normes de mercat en la UE. No s'elaboren a través de la discussió parlamentària sinó mitjançant mecanismes tecnocràtics que reforcen el mercat i creen una estratègia supranacional d'imposició de normativa que es difon en l'interior de la UE. Aquest ordre superior genera homogeneïtat entre països membres i fins i tot permet als governs nacionals evitar el treball brut de lluitar contra les resistències que a cada país puga comportar aquest procés d'imposició del mercat. Aquest procés inhibeix la construcció europea basada en la cooperació política o en la solidaritat social i implanta un govern tecnocràtic, basat en l'imperi de la norma subjecta a la lògica mercantil, amb un cos burocràtic de funcionaris, jutges i sancions. És la governança en el procés de fabricació de decisions el que presenta avui un gran interès. Didier Georgakakis (2012), en la seua sociologia del personal de la UE, Sylvain Laurens (2015), amb les seues «microcomunitats» entre buròcrates de la UE i el *lobbying* empresarial, o els anteriorment citats Dardot i Laval (2016) ofereixen pistes valuoses sobre els arranjaments tècnics a través dels quals els alts funcionaris i els cossos tècnics dels bancs centrals, les direccions econòmiques i financeres dels països de l'eurozona i de la UE disposen el cos normatiu. Aquests grups comparteixen una mateixa formació basada en els patrons del grup dirigent transnacional sota influx dels Estats Units, amb un saber/poder d'imposició de normes, establiment de criteris estadístics i de mesura

i control tecnocràtic de la norma econòmica com a prioritària. El «gentil monstre de Brussel·les» del que parlava Enzensberger (2012) maquina en l'actualitat rere l'aparença creativa de l'emprenedor.

La tercera idea és que les promeses del règim emprenedor estan lluny de constituir una resposta que aplaques la precarietat i lluny de poder (com anuncien els documents de la UE que hem analitzat) portar-nos a una societat competitiva, basada en el coneixement, el talent i la cohesió social. En la realitat concreta, per a molts treballadors independents, *freelancers*, autònoms i xicotets empresaris, l'esperit emprenedor suposa canviar la precarietat per compte alié d'un mercat de treball en crisi per la precarietat per compte

propi de l'emprenedor per necessitat. L'excel·lència i l'èxit emprenedor solament es donen en algunes circumstàncies, que sempre afavoreixen els millors avinguts, que es mouen amb molts suports en entorns desterritorialitzats, transespacials i que poden arriscar en moments en què el risc és assumible. Per contra, per a la majoria, és necessari treballar en entorns locals, subjectes a projectes concrets dels quals depèn la sort professional. Això comporta més flexibilitat i més riscos sense grans expectatives. Els *autoemprenedors* francesos, els *recibos verdes* portuguesos i els autònoms espanyols són la cara B de la lògica *start-up* unicorn. En l'univers dels emprenedors, només brillen algunes superestrelles que oculten la presència d'un món *lumpenemprenedor* que hi ha al darrere.

## REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Abdelnour, S. (2017). *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*. París: PUF.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. (2013). Los discursos del management: Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak. Revista de relaciones laborales*, 28, 42-69.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. (2018). *Poder y sacrificio: Los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI.
- Arruti, A. (2016). El desarrollo del perfil del «teacherpreneur» o profesor-emprenedor en el currículum del grado de Educación Primaria: ¿Un concepto de moda o una realidad? *Contextos educativos: Revista de educación*, 19, 177-194.
- Berrebi-Hoffmann, I. i Grémion, P. (2009). Élités intellectuelles et réforme de l'État: Esquisse en trois temps d'un déplacement d'expertise. *Cahiers internationaux de sociologie*, 26(1), 39-59.
- Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos: Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Anagrama.
- Bröckling, U. (2015). *El Self Emprendedor: Sociología de una forma de subjetivación*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Bruno, I. i Didier, E. (2013). *Benchmarking: L'État sous pression statistique*. París: Éditions La Découverte.
- Coleman, A. (23 d'agost de 2015). Portugal Discovers Its Spirit Of Entrepreneurial Adventure. *Forbes*. Recuperat el 28 de març de 2017 de <https://www.forbes.com/sites/alisoncoleman/2015/08/23/portugal-discovers-its-spirit-of-entrepreneurial-adventure>
- Cordero, D. (23 de març de 2014). Un plan de negocio es inútil en una startup. *El País*. Recuperat de [http://economia.elpais.com/economia/2014/03/21/actualidad/1395424206\\_595886.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/03/21/actualidad/1395424206_595886.html)
- Dardot, P. i Laval, Ch. (2016). *Ce cauchemar qui n'en finit pas*. París: Éditions La Découverte.
- Dixon, Keith (1998). *Les évangélistes du marché*. París: Raisons d'Agir Éditions.
- Enzensberger, H. M. (2012). *El gentil monstruo de Bruselas o Europa bajo tutela*. Barcelona: Anagrama.
- Estanque, E., Costa, H. A. i Soeiro, J. (2013). The New Global Cycle of Protest and the Portuguese Case. *Journal of Social Science Education*, 12(1), 31-40.
- Feher, Michel (2007). S'apprécier, ou les aspirations du capital humain. *Raisons politiques*, 28(4), 11-31.
- Fernández, C. i Medina-Vicent, M. (2017). Los nuevos discursos del management: Difusión, impactos y resistencias. *Recerca: Revista de pensament i anàlisi*, 20, 7-14.
- Frank, Th. (2000). *One Market Under God*. Nova York: Anchor Books.

- Frank, Th. (2013). *Pobres magnates*. Madrid: Editorial Sexto Piso.
- Friend, T. (2015, maig 18). Tomorrow's Advance Man. *The New Yorker*. Recuperat de <http://www.newyorker.com/magazine/2015/05/18/tomorrows-advance-man>
- Foucault, Michel (2007). *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France (1978-1979)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Georgakakis, D. (Dir.) (2012). *Le champ de l'Eurocratie: Une sociologie politique du personnel de l'UE*. París: Economica.
- Gratton, L. (2012). *Prepárate: el futuro del trabajo ya está aquí*. Madrid: Galaxia Gutemberg.
- Hibou, B. (2012). *La bureaucratización del mundo a l'ère néolibérale*. París: Éditions La Découverte.
- Jones, O. (2014). La política de la envidia. *La Maleta de Portbou*, 7.
- Laval, C. (2015). La precarietà come «arte di vivere» nell'epoca neoliberalista. En Contarini, S. i Marsi, L. (ed.), *Precariato. Forme e critica della condizione precaria*. Verona: Ombre corte.
- Laurens, S. (2015). *Les courtiers du capitalisme. Milieux d'affaires et bureaucrates à Bruxelles*. Marsella: Agone.
- Matos, J. N., Domingos, N. i Kumar, R. (2012). *Precários em Portugal: entre a fábrica e o call center*. Lisboa: Le Monde Diplomatique.
- Moruno, J. (2015). *La fábrica del emprendedor*. Madrid: Akal.
- Pereira, I. (2010). Du salariat à l'auto-entreprenariat: vers plus de liberté ou vers plus d'exploitation? *Sud Cultures Solidaires*. Recuperat el 27 de març de 2014 de <http://sud-culture.org/expressions/spip.php?article1006>
- Serrano, A. (2016). Colonización política de los imaginarios del trabajo: la invención paradójica del «emprendedor». En E. Gil Calvo (ed.), *Sociólogos contra el economicismo*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Slaughter, S. i Larry L. (1997). *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Soeiro, José (2014). De Geração à Rasca a Que Se Lixe a Troika: Portugal en el nuevo ciclo de protestas internacionales. *Sociologia*, 28, 55-79.
- Stauber, J. i Rampton, S. (2004). *L'industrie du mensonge: Relations publiques, lobbying et démocratie*. Marsella: Agone.
- Stevens, H. (2012). Le régime de l'auto-entrepreneur: Une alternative désirable au salariat? *Savoir/Agir*, 21, 21-28.
- Vrancken, D. i Macquet, C. (2012). Focus – Du travail sur soi au gouvernement de soi. *Informations sociales*, 169, 76-79.

---

## NOTA BIOGRÀFICA

### *Antonio Santos Ortega*

Doctor en Sociologia i professor titular del Departament de Sociologia i Antropologia Social de la Universitat de València, ha realitzat recerques sobre joventut, desocupació i precarietat laboral, amb publicacions en *Sociología del Trabajo* (<https://recyt.fecyt.es/index.php/sociologiatrabajo>), *Sociologia del Lavoro* o *International Review of Sociology*. Forma part del consell assessor de *Quaderns de Relacions Laborals* i de la revista *Arxius de ciències socials*.

### *David Muñoz Rodríguez*

Doctor en Sociologia i professor ajudant doctor en el Departament de Sociologia i Antropologia Social de la Universitat de València. Les seues línies de recerca són els processos de precarització vital, la joventut, els moviments socials i les polítiques públiques. Ha publicat sobre aquests temes en revistes com *REIS: Recerca i sociología del trabajo*, entre d'altres.

